

2026年3月期 第2四半期（中間期） 決算説明資料

2025年11月14日

株式会社トリドールホールディングス

東証 プライム 証券コード: 3397

トリドールホールディングス 代表取締役社長の栗田でございます。
本日は、お忙しい中、たくさんの方々にご参加いただきまして誠にありがとうございます。

1. サマリ
2. 26/3期中間期連結業績
3. 26/3期中間期セグメント別業績
4. 26/3期通期連結業績予想について
5. 心的資本経営
6. 補足資料

それではこのアジェンダに沿ってお話しします。

1. サマリ

※海外セグメントの略称について

・**Tam Jai** : Tam Jai

「譚仔三哥米線(タムジャイサムゴーミーシェン)」、「譚仔雲南米線(タムジャイワンナムミーシェン)」、「TamJai Mixian(タムジャイ ミーシェン)」の運営

・**MARUGAME** : MARUGAME UDON

丸亀製麺の海外展開の名称

・**Fulham** : Fulham Shore

ピザ業態「Franco Manca(フランコ マンカ)」、ギリシャ料理業態「The Real Greek(ザリアル グreek)」を運営

- 売上収益1,418億円、事業利益118億円は、中間期の業績として**過去最高**
- 丸亀製麺は、中間期の業績として**過去最高**の売上収益及び事業利益、事業利益率は中間期**過去最高**の17.8%
- 国内その他も**増収増益**、中間期として**過去最高**の売上収益
- 海外事業は、丸亀英国事業のフランチャイズ化や不採算店舗閉店等に伴い減収の一方、好調なアジア事業が牽引し**増益**
- 営業利益124億円及び親会社の所有者に帰属する中間利益60億円は、中間期の業績として**過去最高**
- 連結業績予想に対して**概ね好調に推移**、足元の進捗状況や下期減損損失計上の可能性を鑑み、**通期業績予想は据え置き**

© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

4

今回のサマリです。

売上、事業利益をはじめ、すべての段階利益にて、中間期として過去最高を達成しました。連結売上は1,418億円、事業利益は118億円、営業利益は124億円といずれも過去最高となり、特に丸亀製麺は、売上及び事業利益だけでなく、事業利益率は17.8%と、中間期として過去最高となりました。

国内その他も増収増益、売上収益は中間期として過去最高となりました。

海外事業につきましては、丸亀英国事業のフランチャイズ化や、主に前期実施したタムジャイの不採算店舗の閉店等に伴い減収ではありましたが、アジア事業が好調に推移したこともあり、事業利益は増益となり、中間期として過去最高となりました。

なお、通期の連結業績予想については、据え置きとさせていただきました。詳細については後ほどご説明いたします。

2. 26/3期中間期 連結業績

5

それではまず、連結業績についてお話しします。

26/3期中間期 連結業績

TORIDOLL→

売上収益及び事業利益^{※1}は中間期で過去最高。海外子会社の株式売却損の計上はあるものの、海外子会社における一過性の収益^{※2}によるその他の営業収益の増加もあり、営業利益及び親会社の所有者に帰属する中間利益においても過去最高

(百万円)

	中間期 実績		前年同期比		26/3通期計画	
	25/3期	26/3期	増減額	増減率	計画	進捗率
売上収益	133,720	141,809	+8,089	+6.0%	282,000	50.3%
売上原価	△ 31,578	△ 34,304	△ 2,726	+8.6%	—	—
売上比	23.6%	24.2%	—	+0.6%	—	—
販管費	△ 92,558	△ 95,730	△ 3,173	+3.4%	—	—
売上比	69.2%	67.5%	—	△ 1.7%	—	—
事業利益	9,584	11,774	+2,190	+22.8%	19,600	60.1%
売上比	7.2%	8.3%	—	+1.1%	7.0%	—
その他の営業損益等	△ 2,027	617	+2,644	—	△ 5,000	—
営業利益	7,558	12,392	+4,834	+64.0%	14,600	84.9%
売上比	5.7%	8.7%	—	+3.1%	5.2%	—
親会社の所有者に帰属する 中間(当期)利益	2,799	5,968	+3,170	+113.3%	5,500	108.5%
売上比	2.1%	4.2%	—	+2.1%	2.0%	—

※1事業利益：売上収益－売上原価－販売管理費
※2コロナ禍における店舗休業補償に関する保険金等

© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

6

丸亀製麺をはじめとした国内事業が好調に推移し、売上収益は6%増の1,418億円となりました。事業利益においては、海外事業の収益の回復もあり、22.8%増の118億円と、中間期として過去最高となりました。

シンガポールで「モンスターカレー」を運営する海外子会社の株式を売却したマイナスはありましたが、一方で、コロナ禍における店舗休業補償に関する保険金として一過性の収益がプラスとなり、営業利益は64%増の124億円と、中間期として過去最高を記録しました。

また、海外子会社における株式評価損の計上などがあったものの、親会社の所有者に帰属する中間利益は60億円となり、営業利益同様、中間期として過去最高となりました。

3. 26/3期中間期 セグメント別業績

7

次にセグメント別業績に移ります。

丸亀製麺

日本国内で本格讃岐うどん専門店「丸亀製麺」を運営する株式会社丸亀製麺

ここのうどんは、生きている。

丸亀製麺

丸亀製麺

国内その他

日本国内で展開する、丸亀製麺以外の業態

Kona's Coffee
Hawaiian pancake CafeZUNDO-YA
丸亀製麺揚げたて
天ぷら実食 まきの切りたて牛肉 炭火仕上げ
肉のヤマ牛とんかつ
とん一炭火焼鳥・唐揚げ・釜めし
とりどーる

立吞み 晩 松屋

焼きそば専門店
長田本庄軒焼きたて
コッペ製パン

海外事業

海外を拠点に展開する業態の直営店・フランチャイズ等

丸亀製麺 MARUGAME UDON
JAPANESE NOODLES & TEMPURA譚仔三哥
TAMJAI SAMGOR MIXIAN

譚仔 雲南米線

FRANCO
MANCA
RESTAURANT PIZZATHE REAL GREEN
EAT. TOGETHER.

WOK TO WALK

Pokeworks

SHORYU

The Original
Boat
Noodle天ぷらまきの
TEMPURA MAKINO山牛将
Yakiniku & BeyondZUN
RAMEN ZUNDO-YA日式炒麵専門店
長田本庄軒

※「Tam Jai」の日本国内店舗は海外事業セグメントに含みます

© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

8

当社グループのセグメントは丸亀製麺、国内その他、海外事業の3つです。

26/3期中間期 セグメント別業績

丸亀製麺は売上収益、事業利益及び事業利益率で中間期として過去最高。国内その他は中間期最高の売上収益、原価及び人件費等の増加を増収で吸収し増益。海外事業は丸亀英国事業のFC化や不採算店舗閉店の影響等により減収となったものの、好調なアジア事業等により増益となり、中間期の事業利益として過去最高を更新

(百万円)

丸亀製麺	中間期 実績		前年同期比		26/3期 通期計画	
	25/3期	26/3期	増減額	増減率	通期計画	進捗率
売上収益	65,134	71,366	+6,232	+9.6%	137,000	52.1%
事業利益	11,393	12,695	+1,302	+11.4%	22,100	57.4%
売上比	17.5%	17.8%	—	+0.3%	16.1%	—
国内その他	中間期 実績		前年同期比		26/3期 通期計画	
	25/3期	26/3期	増減額	増減率	通期計画	進捗率
売上収益	17,009	20,328	+3,319	+19.5%	39,000	52.1%
事業利益	2,214	2,252	+38	+1.7%	4,900	46.0%
売上比	13.0%	11.1%	—	△1.9%	12.6%	—
国内合計	中間期 実績		前年同期比		26/3期 通期計画	
	25/3期	26/3期	増減額	増減率	通期計画	進捗率
売上収益	82,143	91,694	+9,551	+11.6%	176,000	52.1%
事業利益	13,607	14,947	+1,340	+9.8%	27,000	55.4%
売上比	16.6%	16.3%	—	△0.3%	15.3%	—
海外事業	中間期 実績		前年同期比		26/3期 通期計画	
	25/3期	26/3期	増減額	増減率	通期計画	進捗率
売上収益	51,577	50,115	△ 1,462	△2.8%	106,000	47.3%
事業利益	918	2,550	+1,631	+177.7%	3,600	70.8%
売上比	1.8%	5.1%	—	+3.3%	3.4%	—
事業利益 調整額	△ 4,941	△ 5,722	△ 781	—	△ 11,000	—
連結売上収益	133,720	141,809	+8,089	+6.0%	282,000	50.3%
連結事業利益	9,584	11,774	+2,190	+22.8%	19,600	60.1%

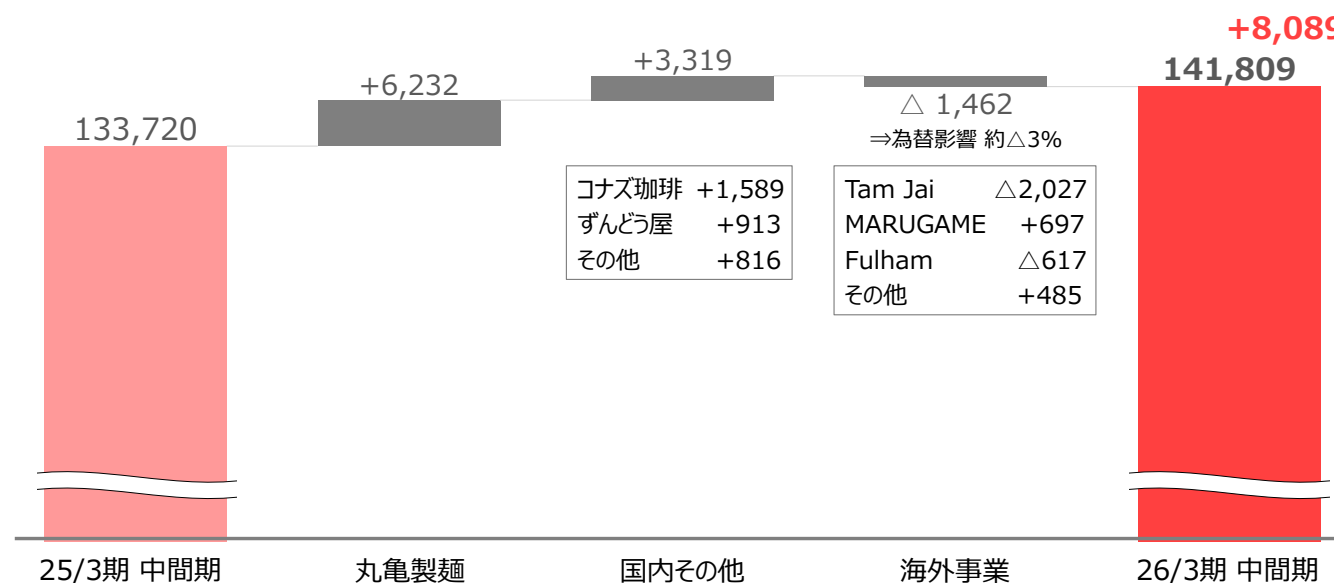
© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

セグメント別業績については、丸亀製麺と国内その他において、中間期として過去最高の売上を達成しました。

丸亀製麺は事業利益及び事業利益率でも、中間期として過去最高となりました。海外事業は、若干の減収ではありますが、コストコントロールが奏功し、好調なアジア事業の貢献もあり、中間期の事業利益として過去最高となりました。

丸亀製麺及び国内その他は増収。海外事業はTam Jaiが前期実施した中国やシンガポールにおける不採算店舗の閉店影響のほか、Fulhamの回復の遅れもあり減収

(百万円)



© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

10

売上の増減の内訳についてお話しします。

丸亀製麺は、前期実施した価格改定に加え、シーズンごとのフェア商品が好調に推移したほか、5月から実施した、無料の薬味・トッピングの拡大により客数も増加し、好調に推移しました。

国内その他セグメントは、「コナズ珈琲」や「ラー麺ずんどう屋」、その他においては「天ぷらまきの」や「晩杯屋」において、出店に加えて既存店も好調に推移したことで、大幅な増収となりました。

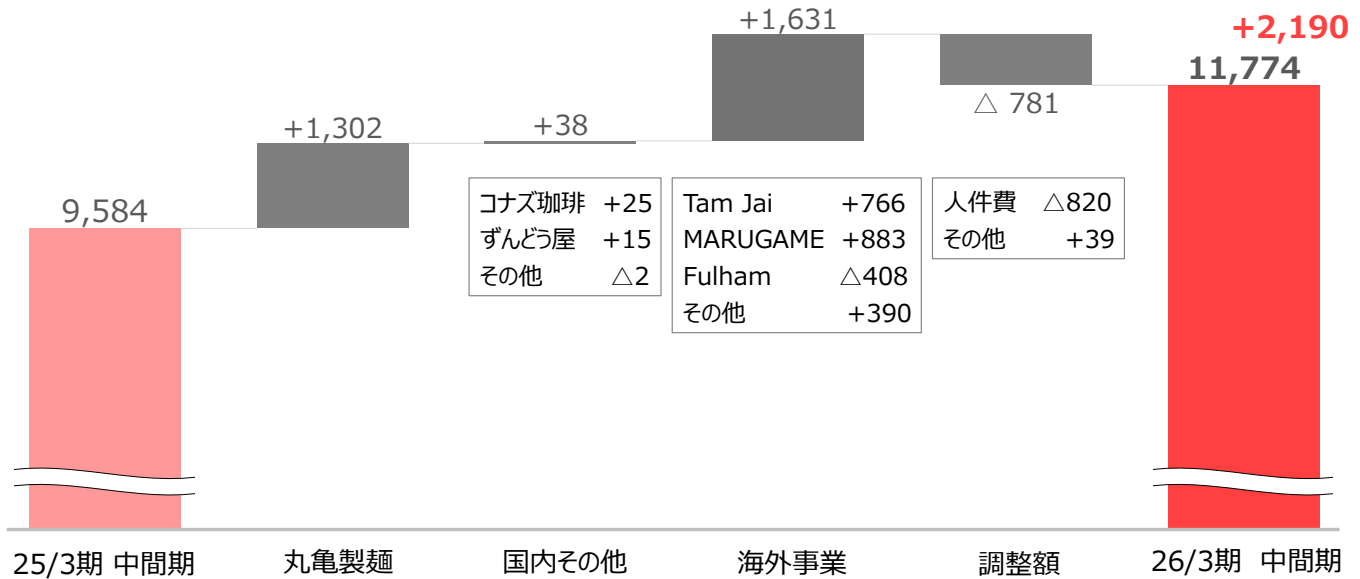
海外事業は、タムジャイが、前期に実施した中国やシンガポールにおける不採算店舗の閉店により減収となりましたが、MARUGAME UDONは、米国や台湾がけん引し、増収となりました。また、フルハムショアの回復が遅れていることもあり、海外事業セグメントとしては減収となりました。

26/3期中間期 セグメント別事業利益 増減

TORIDOLL→

丸亀製麺は増益、国内その他は原価高騰等の影響もあり微増。海外事業では、Tam Jaiの回復及び丸亀英国事業のFC化に伴う黒字化、並びに丸亀アジア事業が牽引したほか、間接部門コストの削減等もあり増益

(百万円)



© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

11

続いて、事業利益のご説明になります。

丸亀製麺は、原材料費の高騰を増収で吸収し、増益となりました。

国内その他では、一部食材の高騰や人件費の増加により、事業利益は微増となりました。

海外事業は、タムジャイについては、コストコントロールが奏功し、増益となりました。MARUGAME UDONについては、英国事業がフランチャイズ化したことで損失がなくなったほか、台湾や香港といったアジア事業が好調に推移しました。フルハムショアについては、英国の外食市場の回復に時間がかかっており、減益となりましたが、そのほか、間接部門コストの削減もあり、海外事業としては増益となりました。

これらの結果、連結としては大幅な増益となり、中間期として過去最高の事業利益となりました。

暑い夏に“食べたくない一杯”を全面訴求⇒冷たいうどん関連のフェア商品が好調。

5月から拡充した無料の薬味&トッピングが引き続き客数増を牽引、丸亀うどんなつは2,000万食突破

6/10～夏の定番“鬼おろし”

7/8～新作“旨塩シリーズ”

9/9～暑い秋に“旨辛”が“さっぱり”
か選べる冷たいうどん



夏だけ楽しめるシャキシャキの鬼おろし
「がっつり・さっぱり」感がやみつきの一杯
シリーズで約455万食の大ヒット



昆布とホタテの旨みたっぷりの
今までにない“冷たい塩だし”
シリーズで約425万食の大ヒット



まだまだ暑さが終わらない秋のはじまりに
きりっと冷えた打ち立てうどん2種
「豚つけ汁うどん」は3玉まで同一価格
⇒幅広い客層にアプローチ



5/9～
無料の薬味&トッピングを
6種類から8種類に拡充
⇒客数UPを牽引



間食ニーズの新たなカテゴリー投入
※25年6月24日の発売から20日間で100万食突破



累計販売数は2,000万食※を突破！
※24年6月25日～25年9月15日の期間

客数・客単価
上昇

客単価：104.2%

客数：102.9%

《中間期 既存店 客数・客単価 前年同期比》

© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

12

ここからはセグメントごとのトピックスをお話します。

丸亀製麺は、この夏、猛暑に対して冷たいうどん関連のフェア商品に力を入れました。
毎年定番の「鬼おろし」のほか、新作となる「旨塩うどん」を発売したところ、
昆布とホタテの旨みたっぷりの、今までにない「冷たい塩だし」ということで、大ヒットとなりました。

また、9月以降も、まだまだ暑い秋ということで、冷たいうどんを2種発売し、
幅広い層の方からご好評をいただき、暑い夏における商品戦略に、さらなる広がりがみられました。

今年5月から実施している無料の薬味・トッピングの拡充についても、
非常にたくさんのお客様に喜んでいただいております、客数の増加へとつながっています。

それに加えて、新たな間食ニーズとして、うどんを揚げた「丸亀シェイクぴっぴ」の投入や、
昨年6月から発売中の「丸亀うどんなつ」は、累計2,000万食を突破し、
ご購入いただいたお客様の3人に1人がリピート購入しているなど、
いまや丸亀製麺の定番商品へと成長しており、客数・客単価の上昇にもつながっています。

コナズ珈琲及びラー麺ずんどう屋は、順調な既存店及び新店寄与により大幅な増収。その他業態では、天ぷらまきのや晩杯屋などが好調に推移し、メニュー変更などさらなる顧客ニーズへ対応

(百万円)

国内その他	中間期 実績		前年同期比		26/3期 通期計画	
	25/3期	26/3期	増減額	増減率	通期計画	進捗率
コナズ珈琲	5,632	7,221	+1,589	+28.2%	13,300	54.3%
ずんどう屋	5,186	6,099	+913	+17.6%	12,200	50.0%
その他業態	6,192	7,009	+816	+13.2%	13,500	51.9%
セグメント売上収益	17,009	20,328	+3,319	+19.5%	39,000	52.1%



7/10オープン コナズ珈琲鎌ケ谷店（千葉県）



7/31オープン コナズ珈琲郡山店（福島県 初出店）



7/11オープン ずんどう屋広島矢野店（広島県）

© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

13

こちらは、国内その他の売上の内訳です。

「コナズ珈琲」及び「ラー麺ずんどう屋」は、順調な既存店に加え、それぞれ新店が寄与しました。4月にオープンした「コナズ珈琲 宇都宮店」や、7月にオープンした千葉の「コナズ珈琲 鎌ケ谷店」は、国内トップクラスの売上となっており、同じく7月にオープンした「ずんどう屋 広島矢野店」も好調に推移しています。両業態とも進化を続け、丸亀製麺に続く、第二・第三の柱となるべく成長しています。

その他業態としては、「天ぷらまきの」や、立ち飲み大衆酒場の「晩杯屋」でも新店・既存店が好調に推移し、国内その他セグメントとして、大幅な増収となりました。

コナズ珈琲と丸亀製麺で、グループ初の業態間コラボレーションを企画。ラー麺ずんどう屋では、「ずんどう屋流冷やしラーメン」と「黒毛和牛ローストビーフラーメン」を新発売

コナズ珈琲ではハワイで人気の「マラサダ」の「アサイー」味を新発売！
これを機に、一部店舗のみで販売していたマラサダを全店に展開へ

ラー麺ずんどう屋では期間限定で2種類の商品を新発売！
こだわりを詰め込んだ至福の一杯を提供



Kona's Coffee
Hawaiian pancake Cafe

このうどんは、生きている。

丸亀製麺

丸亀製麺では「丸亀うどん
なつ アサイーベリー味」を
新発売

旨み重なる豚清湯と魚介の旨みたっぷりの
ダブルスープに醤油がえしを合わせた
「ずんどう屋流冷やしラーメン」が新登場

ZUNDO-YA
ずんどう屋

訪日外国人向けに新提案！
黒毛和牛ローストビーフを使用し、
仕上げにまぶした金粉と和傘の飾
りが、日本らしい華やかさを演出

© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

14

ここでは、この上期に取り組んだ商品開発をいくつかご紹介します。

今回、コナズ珈琲と丸亀製麺では、グループ内初のコラボレーションを実施しました。

コナズ珈琲では、ハワイで人気のマラサダの「アサイー味」を新たに発売し、
丸亀製麺では、コナズ珈琲監修のもと、丸亀うどんなつ「アサイーベリー味」を発売しました。
さわやかな甘酸っぱさを感じる魅力あふれる商品を、どちらのブランドでもお楽しみいただけたことで、
ブランドの枠を超え、幅広い客層にそれぞれのブランドの良さを訴求することができました。

また、ラー麺ずんどう屋では、期間限定で新たな商品を2種類発売しました。
暑い夏にぴったりの「ずんどう屋流冷やしラーメン」と、
訪日外国人向けには、黒毛和牛ローストビーフを使った、華やかな「ローストビーフラーメン」を発売し、新た
な顧客層の取り込みに成功しました。

今後も様々な業態で、お客様に感動をお届けできる、魅力あふれる商品開発に取り組んでいきます。

海外事業セグメントの売上収益を、Tam Jai、MARUGAME、Fulham、その他業態の4区分にて開示。
それぞれ増減はあるものの、グループ一体となって業態力・マネジメント力の強化を推進中

海外事業	中間期 実績		前年同期比	
	25/3期	26/3期	増減額	増減率
Tam Jai	27,294	25,267	△2,027	△7.4%
MARUGAME	12,035	12,732	+697	+5.8%
Fulham	10,755	10,138	△617	△5.7%
その他業態	1,493	1,978	+485	+32.5%
セグメント売上収益	51,577	50,115	△1,462	△2.8%

Tam Jai
前期実施の中国・シンガポールにおける不採算店舗の戦略的閉店の影響あり

MARUGAME
英国事業のフランチャイズ化による減収の一方、好調な台湾・香港のほか北米の新店が寄与

Fulham
売上向上施策に取り組むも英国の外食市場の回復が遅れている影響あり。グループ一体となって収益改善に注力

その他業態
香港や中国で展開中の「肉のヤマ牛」が好調に推移



続いて、海外事業です。
今回から、海外事業セグメントの内訳をタムジャイ、MARUGAME UDON、フルハムショア、その他業態と、4つの区分でご説明します。

タムジャイについては、8月に非上場化の一連の手続きを終え、当社の完全子会社となりました。
売上の状況としては、前期に中国やシンガポールにおける不採算店舗の閉店を、戦略的に実施したことで、減収とはなりましたが、収益性は大きく改善しています。

MARUGAME UDONは、赤字の続いていた英国事業を前期末にフランチャイズ化したことで、その分の売上は減少しましたが、好調な台湾や香港のほか、北米の新店が寄与し、増収をけん引しました。

フルハムショアは、英国経済は軟調に回復しつつあるものの、外食市場の回復は遅れを取っており、まだまだ厳しい状況が続いております。
そのようななかでも、オペレーションの改善やメニュー変更の実施等、売上の向上に向けて取り組んでおり、グループ一体となって、収益改善に全力を尽くしています。

その他の業態のなかでは、特に香港や中国で展開している「肉のヤマ牛」が好調に推移しており、8月には台湾にも出店するなど、順調に店舗網を拡大しています。

Tam JaiとMARUGAMEは、コストコントロールが奏功し、収益性が大幅に改善し増益に寄与。Fulhamは、市況の影響で業績改善は遅れているものの、売上向上や収益性改善の施策は一定程度効果が出ている

区分	地域/ブランド	中間期の進捗	事業状況	
			売上収益	事業利益
Tam Jai	香港	・市況低迷が継続しており、売上は前年同期比並み ・ 店舗当たりの収益性が大幅に改善し、事業利益は2桁成長 - 店舗の勤務シフト管理の強化による人件費率の低減 - メニューミックスや原材料の見直しによる原価率の低減 - デリバリーと自社CRMのテイクアウトのバランスにより手数料の低減		
	中国大陸	・前期に相当数の不採算店舗を閉店した影響で、減収だが赤字幅を削減 ・店舗モデルの見直しや商品開発により、売上及び収益性が改善	軟調	好調
	その他	・オーストラリアやマレーシアで順調にFC出店		
MARUGAME	台湾	・ 高利益率かつ2桁成長の増収増益で、MARUGAME事業を牽引		
	米国	・ 施策強化や順調な出店により、増収増益 - フェアメニュー強化による、リピーター獲得および売上拡大に寄与 - 店舗の勤務シフト管理の強化による人件費率の低減		
	その他/FC	・ ドバイや韓国の新規参入を含めて、FC事業も着実に拡大	好調	好調
Fulham	フランコマンカ	・英国経済は軟調に回復しつつあるが、外食市場の回復は遅れており、両ブランドの売上回復も計画通りには進んでいない ・新商品開発やSNSマーケティング強化により、売上向上施策に取組中		
	ザリアルグreek	・一部店舗でより精度の高い勤務シフト管理を導入し、人件費率の低減に成功 ・全店導入に向けて準備中		

© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

16

それぞれの進捗状況を、もう少し詳細にお話します。

タムジャイの各拠点別にご説明しますと、
まず香港においては、市況は引き続き低迷しており、売上は前年並みの状況でしたが、コストコントロールが奏功し、店舗当たりの収益性が大幅に改善しました。
昨年かさんだデリバリーチャネル関連のコストについても販売戦略を見直し、収益改善できたことも、前年との大きな差となっています。

中国については、店舗の視認性を高め、認知度をあげるべく、店舗モデルの見直しなどに取り組んでいます。
そのほか、オーストラリアや、直近では7月にマレーシアに出店するなど、順調に店舗網を拡大しています。

MARUGAME UDONにおいては、台湾は着実な成長を遂げており、高い利益率のもと、海外の丸亀事業をけん引しています。

米国においては、今年に入ってから5店舗を出店しており、順調な出店のもと、増収増益をとげています。
日本からも商品開発等に積極的にかかわり、フェアメニューの強化によるリピーターの獲得などに取り組んでいます。
そのほか、フランチャイズとして、直近では、7月にドバイに初出店し、9月には韓国に再展開となる1号店をオープンするなど、着実に店舗網を拡大しています。

フルハムショアの拠点である英国は、景気低迷の状況は少しずつ回復傾向にあるものの、外食市場の回復はいまだ遅れを取っている状況であり、ピザの「フランコマンカ」、ギリシャ料理の「ザリアルグreek」いずれのブランドも想定通りの進捗とはいかず、苦戦を強いられています。

そのようななかでも、マーケティングの強化など、売上の向上を図るとともに、日本から、より精度の高い勤務シフト管理手法を伝授したことで、人件費率の低減に成功するなど、一定程度の効果がでており、収益回復に向けて、グループ一体となって取り組んでいます。

収益性の改善に注力している海外事業において、選択と集中の観点で事業再編を推進しており、リソースの最適配置を図っている

ブランド名	カテゴリ	展開地域	当社の株式保有割合の移動(Q2)	事業再編内容
Tam Jai	米麺	香港、中国、日本、シンガポール、オーストラリア、マレーシア 229店舗	74.3% ⇒ 100% 完全子会社化	Tam Jai International Co. Limited の完全子会社および非上場化の完了。目的は下記の通り ・ 成長戦略の強化 ・ 上場維持費用の削減 ・ グループ資金の有効活用
WOK TO WALK	アジアヌードル	ポルトガル、英国、スペイン、フランス、オランダ、ベルギー、米国、インド等 99店舗	80% ⇒ 100% 完全子会社化	FCビジネスで、グローバル展開強化中のWOK TO WALK FRANCHISE B.V.の完全子会社の完了
Monster Curry	和式カレー	シンガポール インドネシア 19店舗	70% ⇒ 0% 完全売却	シンガポールの不況により、低調な業績が続くMC Group Pte. Ltd.の当社保有の全株式の売却を完了
Boat Noodle	タイ式ヌードル	マレーシア シンガポール フィリピン 46店舗	49% 移動なし	オペレーション改善中のUtara 5 Food and Beverage Sdnにおいて、保守的に事業計画を見直すことにより、当社が保有する株式の評価損を計上

© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

17

海外事業においては、事業再編に多く取り組んだ上期でもありました。

まず、タムジャイについては、2月から進めてきた非上場化が完了し、完全子会社となりました。成長戦略の強化や上場維持コストの削減、グループ資金の有効活用などを目的としており、当社の完全子会社となったことで、今まで以上にガバナンスの強化と、グループシナジーの追求を図っていきます。

WOK TO WALKは、現在グローバル展開を推進中であり、さらなる展開に向けて経営体制の強化を目的に、完全子会社としました。

モンスターカレーは、シンガポールの不況が続く中で業績も低迷しており、運営会社の株式を売却することといたしました。

ボートヌードルについては、事業計画を見直したことで、株式の評価損を計上するにいたりしました。

以上のように、収益性の観点から、事業の選択と集中を図っており、事業ポートフォリオの機動的な見直しを着実に実行しております。

リソースの最適配置を図ることで、マネジメント力を強化し、引き続き、グループ一体となって、海外事業セグメントとしての利益貢献に取り組んでいきます。

4. 26/3期 通期連結業績予想について

18

ここからは、通期業績予想についてお話いたします。

足元の状況や、業績改善に関する構造改革の実行、不採算店舗閉鎖等に伴う減損損失計上の可能性を鑑み、通期業績予想は据え置き

(百万円)

	中間期 実績				通期			
	25/3期	26/3期	増減額	増減率	25/3期実績	26/3期計画	増減額	増減率
売上収益	133,720	141,809	+8,089	+6.0%	268,228	282,000	+13,772	+5.1%
事業利益	9,584	11,774	+2,190	+22.8%	18,205	19,600	+1,395	+7.7%
売上比	7.2%	8.3%	—	+1.1%	6.8%	7.0%	—	+0.2%
その他の営業損益等	△2,027	617	+2,644	—	△9,531	△5,000	+4,531	—
営業利益	7,558	12,392	+4,834	+64.0%	8,674	14,600	+5,926	+68.3%
売上比	5.7%	8.7%	—	+3.1%	3.2%	5.2%	—	+1.9%
親会社の所有者に帰属する 中間(当期)利益	2,799	5,968	+3,170	+113.3%	1,874	5,500	+3,626	+193.5%
売上比	2.1%	4.2%	—	+2.1%	0.7%	2.0%	—	+1.3%
為替レート(期中平均)	実績	実績			実績	前提		
USD	154.1円	147.5円			152.2円	147.0円		
HKD	19.5円	18.7円			19.6円	18.5円		
EUR	166.1円	162.2円			164.4円	154.0円		
GBP	194.9円	196.7円			195.1円	189.0円		

© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

19

今までご説明してきた通り、中間期の業績は概ね好調に推移しておりますが、今後の見通しをふまえた上で、通期業績予想は据え置きとさせていただきました。

売上収益および事業利益については、主力の丸亀製麺や海外事業のタムジャイが、例年、上期より下期の方が弱い傾向にあり、今年度も同様の傾向を見込んでいることに加え、国内外の各事業の新規出店が、一部遅延となる可能性を見込んでいます。

また、英国で事業展開しているフルハムショアの事業回復が、計画どおり進捗していないことを踏まえた上の前提としています。

それに加え、主に海外事業において、業績改善等に関する構造改革の実行による損失計上や、不採算店舗の閉鎖等に伴う減損損失計上の可能性が、下期に見込まれることなどを鑑みて、通期業績予想は据え置きとしています。

この中間期に、すでにいくつか実行している構造改革ですが、来期以降の更なる飛躍に向けて、今期、着実な事業の選択と集中を図ってまいります。

丸亀製麺及び国内その他セグメントは、新規出店の一部が遅延、下期の出退店数を一部見直し。
海外セグメントは、MARUGAMEが好調な一方、Fulhamの売上回復に一定程度の時間が必要

(百万円)

丸亀製麺	中間期 実績				通期			
	25/3期	26/3期	増減額	増減率	25/3期実績	26/3期計画	増減額	増減率
売上収益	65,134	71,366	+6,232	+9.6%	128,142	137,000	+8,858	+6.9%
事業利益	11,393	12,695	+1,302	+11.4%	20,896	22,100	+1,204	+5.8%
売上比	17.5%	17.8%	—	+0.3%	16.3%	16.1%	—	△0.2%
国内その他	中間期 実績				通期			
	25/3期	26/3期	増減額	増減率	25/3期実績	26/3期計画	増減額	増減率
売上収益	17,009	20,328	+3,319	+19.5%	35,412	39,000	+3,588	+10.1%
事業利益	2,214	2,252	+38	+1.7%	4,447	4,900	+453	+10.2%
売上比	13.0%	11.1%	—	△1.9%	12.6%	12.6%	—	+0.0%
海外事業	中間期 実績				通期			
	25/3期	26/3期	増減額	増減率	25/3期実績	26/3期計画	増減額	増減率
売上収益	51,577	50,115	△1,462	△2.8%	104,674	106,000	+1,326	+1.3%
事業利益	918	2,550	+1,631	+177.7%	2,524	3,600	+1,076	+42.6%
売上比	1.8%	5.1%	—	+3.3%	2.4%	3.4%	—	+1.0%
事業利益調整額	△4,941	△5,722	△781	—	△9,662	△11,000	△1,338	—
連結売上収益	133,720	141,809	+8,089	+6.0%	268,228	282,000	+13,772	+5.1%
連結事業利益	9,584	11,774	+2,190	+22.8%	18,205	19,600	+1,395	+7.7%

© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

20

セグメント別についても、据え置きとしております。

丸亀製麺と国内その他セグメントは、出店に一部遅れが生じてはいますが、
中間期の業績が好調に推移していることもあり、
セグメント別の数値計画は、期初の計画のまま変更はありません。

海外事業につきましても、数値計画に変更はありませんが、
好調なMARUGAME UDON事業がけん引している一方、フルハムショアの回復には
一定程度の時間がかかると見込んでおります。

中間期における新規出店の進捗は、ややスローペース。現時点での立地選定の進捗と見通しを反映し、出退店における下期計画を見直し。国内外ともに、収益性を重視し立地を厳選

(店)

セグメント	25/3期	26/3期 中間期			26/3期 通期修正計画		
	期末店舗数	出店	閉店	期末店舗数	出店	閉店	期末店舗数
丸亀製麺	861	16	4	873	41	9	893
国内その他	274	13	4	283	24	6	292
コナズ珈琲	47	5	1	51	8	1	54
ずんどう屋	104	3	1	106	7	1	110
その他	123	5	2	126	9	4	128
海外事業	914	43	42	915	79	53	940
直営	445	8	22	431	18	25	438
FC	469	35	20	484	61	28	502
連結	2,049	72	50	2,071	144	68	2,125

※26/3期中間期における海外事業の閉店数には、MONSTER CURRYの19店舗（直営13店舗、FC6店舗）が含まれています
（2025年9月末にMONSTER CURRYを運営するMC GROUP PTE. LTD.を連結から除外）

通期の出店計画については、先ほど申し上げた通り、一部見直しを図りました。

期初の計画としては、国内100、海外100の合計200店舗の出店を計画していましたが、国内65、海外79の合計144店舗の出店に見直しをしております。

なお、退店についても一部見直しており、先ほどご説明した海外子会社の株式売却により、モンスターカレーの19店舗が9月末で連結から外れましたので、海外事業の閉店数にはその分の店舗数を含んでいます。

計画を変更した背景としては、
建設資材の高騰が継続していることなどから、
出店基準を厳格化し、収益性を重視した上で、出店立地を厳選しています。

店舗数が期初計画より減少する見通しにはなりますが、
1店舗当たりの収益性が上昇しており、上期の業績も概ね好調に推移していることから、
通期の業績予想は達成できる見通しで考えています。

5.心的資本経営

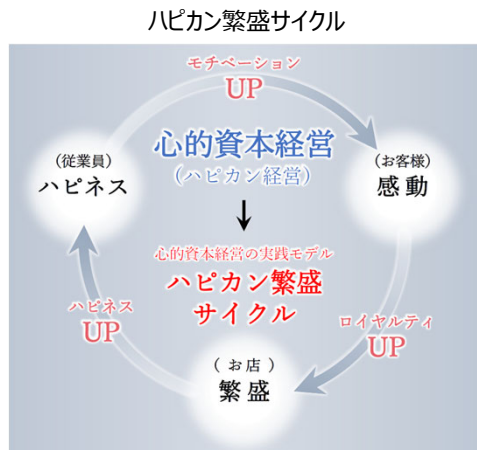
22

最後に、現在取り組んでいる「心的資本経営」について、お話しします。

2025年9月17日に、人的資本経営を深化させた“心的資本経営”をリリース

心的資本経営とは

「従業員の“心”の幸せ」と「お客様の“心”の感動」を共に重要な資本ととらえ、
どちらの“心”も満たし続けることで**唯一無二の事業成長を実現する経営思想**



従業員の幸せを向上させる取り組みを重ねることで、従業員の**内発的動機**が育まれ、**お客様に提供する食の感動**の質を深化させることにつながり、それが**繁盛**につながる

様々な価値を長期的に創出

永続的な人材確保や離職率の改善
求人や教育コストの削減
地域貢献など

お褒めの言葉
24.5%増加※1

従業員離職率
約12.9%低下※2

«先行して24年6月から「ハピカン経営」※3として社内浸透を推進中»

ポジティブな効果（お褒めの言葉の増加/従業員の離職率の低下等）がすでに少しずつ実績として表れ始め、好調な業績の一端を担う存在へ

グループ全体で持続的な**事業成長**を目指す

※1：トリドルグループに寄せられたお褒めの言葉の件数を2023年度と2024年度で比較
※2：トリドルグループ従業員の離職率を2023年度と2024年度で比較
※3：社内では、ハピネスと感動（カンドウ）の頭文字組み合わせた「ハピカン経営」の呼称

23

「心的資本経営」とは、「従業員の心の幸せ」と「お客様の心の感動」が循環することにより、持続的な事業成長を実現するという、我々独自の新たな経営思想です。

私は、省人化が進む現在の時代だからこそ、「人の力」が唯一無二の感動を生む源泉だと信じています。

そして、その「人の力」の源である従業員のみなさんが幸せになることで、そこから内発的動機が生まれ、それがお客様の感動体験につながり、繁盛へとつながる。そしてそれがまた、従業員のやりがいになっていく、そう考えています。

私たちは、先行して昨年6月から、この「心的資本経営」を、ハピネスと感動をかけあわせた「ハピカン経営」と称して、社内浸透を進めてきました。
その結果、お客様からのお褒めの言葉の増加や、従業員の離職率の低下がみられたりと、ポジティブな効果が表れ始めており、この好循環が、様々な価値を長期的に創出していくと実感し始めています。

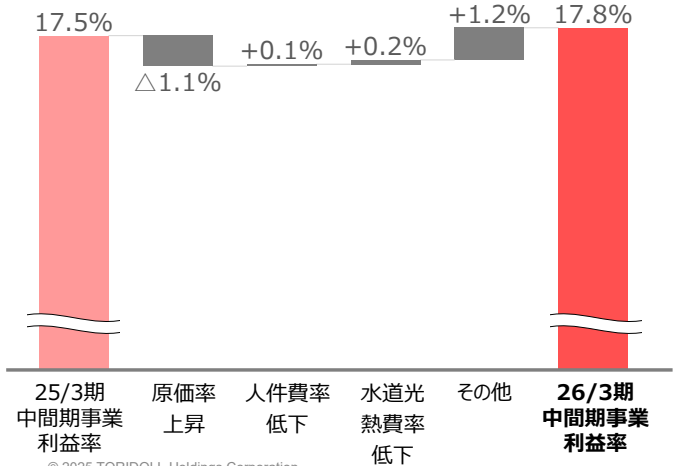
私たちは、この「心的資本経営」を通じて、「従業員の幸福」と「お客様の感動」が循環する仕組みを育み、グループ全体で持続的な事業成長を目指し続けることで、「食の感動で、この星を満たせ。」という私たちの使命を、これからも追求し続けてまいります。

引き続き、私たちの取り組みに、どうぞご期待ください。

6. 補足資料

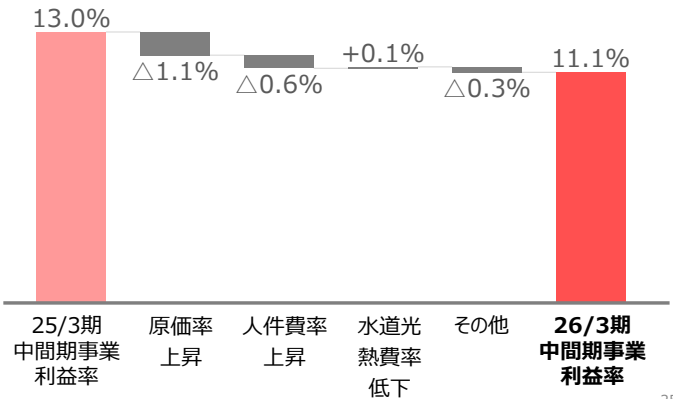
26/3期中間期実績 丸亀製麺

一部食材の高騰により原価率は上昇したものの、増収による固定比率の低下もあり、事業利益率は上昇



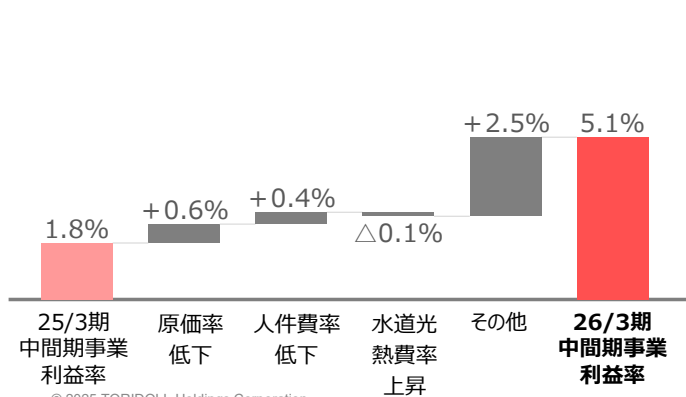
26/3期中間期実績 国内その他

米や肉といった一部食材の高騰により原価率が上昇。店舗従業員の満足度向上のための人材充足により人件費率も上昇し、事業利益率は低下



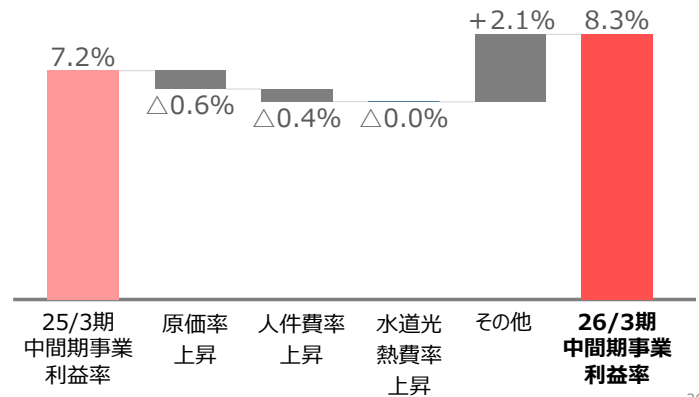
26/3期中間期実績 海外事業

不採算店舗の閉店による収益改善やコストコントロールの強化により、原価率及び人件費率が低下したほか、その他間接部門コストの削減も寄与し、事業利益率は上昇



26/3期中間期実績 連結

全体として、原価率や人件費率は上昇したものの、事業利益率の高い丸亀製麺の増収・増益により、事業利益率は上昇



海外子会社の完全子会社化を図ったこと等により、資本合計と現金及び現金同等物が減少。負債合計は、主に新規借入等により増加。

親会社所有者帰属持分比率は、27.0%から28.2%となり財務健全性を維持

(百万円)

	25/3期末	26/3期中間期末	増減額
資産合計	323,196	322,034	△ 1,162
流動資産	97,638	96,571	△ 1,067
（うち、現金及び現金同等物）	82,271	80,106	△ 2,165
非流動資産	225,559	225,464	△ 95
負債資本合計	323,196	322,034	△ 1,162
負債合計	226,661	231,302	+4,641
（うち、有利子負債）	187,028	189,129	+2,102
流動負債	80,504	85,230	+4,725
非流動負債	146,157	146,073	△ 85
資本合計	96,535	90,732	△ 5,803
（うち、親会社の所有者）	87,243	90,785	+3,542

26/3期中間期 連結CF（キャッシュ・フロー）

TORIDOLL→

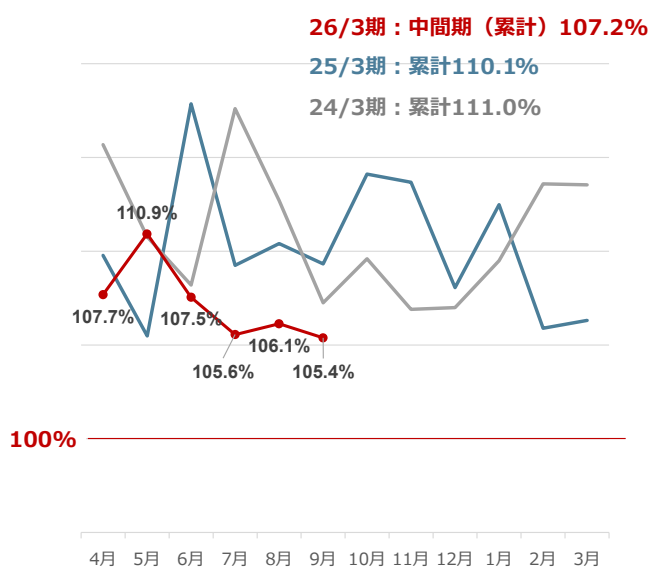
主に増収の影響により、営業CF及びFCFは大幅に増加。投資CFは、主に新店及び改装等による支出。財務CFは、主に借入による収入と、海外子会社の完全子会社による株式取得、借入金返済等による支出。CF項目の収支バランスや財務健全性を維持しながら、将来の成長投資に備えて資金調達力の向上を図る

(百万円)

	25/3期中間期	26/3期中間期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	19,115	27,735	+8,620
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 6,088	△ 9,526	△3,438
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 11,536	△ 20,384	△8,848
フリーキャッシュ・フロー	13,027	18,209	+5,182
現金同等物の増減額	+1,492	△ 2,174	△3,666
現金及び現金同等物の中間期末残高	70,951	80,106	+9,155

既存店前年比（売上高）は中間期（累計）で107.2%と好調に推移、客数・客単価とも堅調に推移

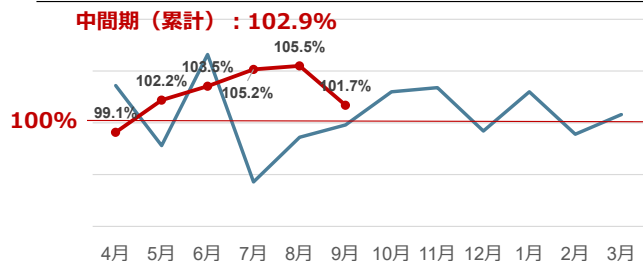
過去3期における既存店前年比：売上高



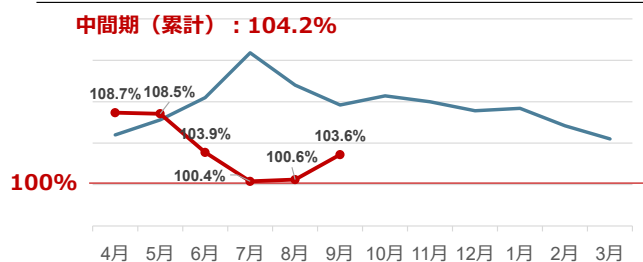
*「既存店」は開店日から18か月経過した店舗

© 2025 TORIDOLL Holdings Corporation.

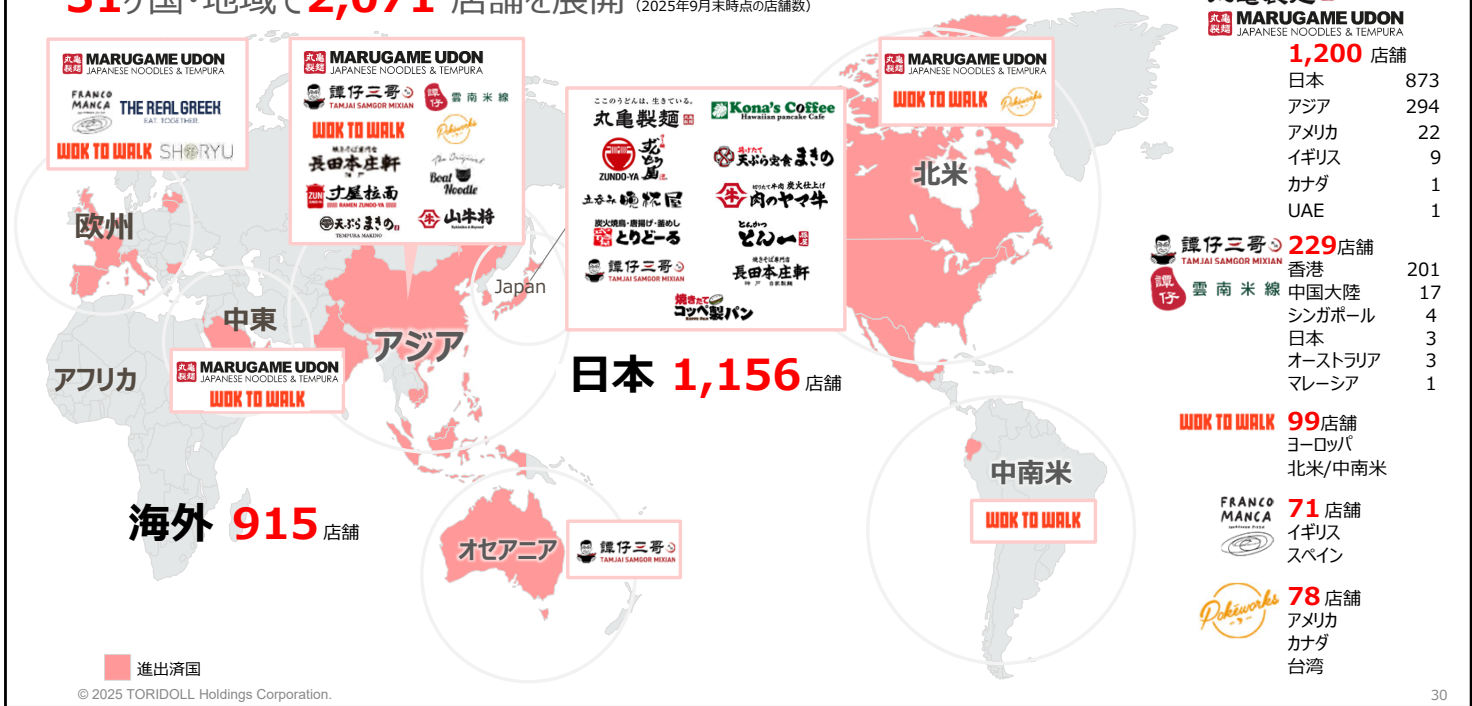
26/3期既存店前年比：客数



26/3期既存店前年比：客単価



31ヶ国・地域で2,071 店舗を展開 (2025年9月末時点の店舗数)



2025/10/28 打ち立てのうどんに、技と想いと感謝を込めて「創業感謝祭」開催
<https://pdf.irpocket.com/C3397/LgpJ/fnyZ/qql9.pdf>

2025/10/17 渋谷サステナブル・アワード2025にてトリドールHDが大賞受賞
https://xml.irpocket.com/C3397/shibuya_sustainability_award.pdf

2025/10/10 麺職人が考案！地域の食文化や食材を活かした完全新作47商品が登場 全国一斉ご当地企画「わがまちうどん47」
<https://pdf.irpocket.com/C3397/LgpJ/d43n/hQSW.pdf>

2025/10/3 MARUGAME UDONが韓国・ソウルに1号店をグランドオープン、ロッテグループ傘下のLotte GRSとの協業で韓国再展開
<https://pdf.irpocket.com/C3397/K2Hn/BeMh/pZUI.pdf>

2025/9/26 うどん生まれのもっちもち食感！「丸亀うどんまつ」 おかげさまで発売から約1年3か月で2,000万食突破！
<https://pdf.irpocket.com/C3397/K2Hn/TAqZ/Lztg.pdf>

2025/9/24 「丸亀うどん祭り2025」初開催決定！～讃岐うどんの原点と進化を五感で感じる2日間～
<https://pdf.irpocket.com/C3397/K2Hn/tH2R/FzHw.pdf>

2025/9/17 トリドールHD、人的資本経営を深化させた「心的資本経営」で従業員の内発的動機による唯一無二の感動創造に挑戦
<https://pdf.irpocket.com/C3397/CiMB/pKcZ/x3VC.pdf>

2025/8/26 連結子会社 Tam Jai International Co. Limited の完全子会社および非上場化に関する手続きの完了のお知らせ
<https://pdf.irpocket.com/C3397/hGOM/dvLQ/bBvw.pdf>

2025/8/26 『丸亀製麺かき揚げ総選挙2025』結果発表
<https://pdf.irpocket.com/C3397/hGOM/yIKz/uJSg.pdf>

2025/8/7 「焼きたてコッペ製パン」からブランド“初”のフローズン商品『ひやコッペ！』全5種が新登場！
<https://pdf.irpocket.com/C3397/bffO/MCq2/F0PU.pdf>

2025/8/4 こどもが輝く未来の実現に向けて、丸亀製麺『釜揚げうどん』の売上の一部を香川県へ寄付
<https://pdf.irpocket.com/C3397/i6fv/SaBh/Vxsd.pdf>

連結PL&セグメント別収益推移表（Excel）
<https://www.toridoll.com/ir/account/index.html>

食の感動で、 この星を満たせ。

TORIDOLL→

どうしてもなく食べたくなる。

店に行くたびに驚きがある。

味覚だけでなく、五感までも揺さぶられ

食べ終わるのが惜しくなって、

また明日も来たくなる。

本能が歓ぶほどの圧倒的な感動体験で、

目の前のお客さまを、世界中の人々を

毎日ワクワクさせ続けよう。

食の感動に、国境などない。

これからも予測不能な進化を遂げ続けて、

人類を幸せで満たしながら、

食の世界の頂へと駆け上がれ。

それができるのは、きっと私たちしかないから。